

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Prezentacja **głównych celów** i przesłanek leżących u podstaw opracowania Planu komunikacji z lokalną społecznością.

1. Poinformowanie o realizacji i zakresie LSR – rozpoczęcie wdrażania LSR.
2. Włączenie mieszkańców obszaru LGD, zwłaszcza grup w niekorzystnej sytuacji do realizacji LSR – możliwości uzyskania dofinansowania do realizacji projektów.
3. Podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji – poprawa efektywności inwestowania środków.

Opis **działań komunikacyjnych i grup docelowych** oraz **środków przekazu**, w tym **działań podejmowanych w przypadku problemów z realizacją LSR**, niskim poparciem społecznym dla działań realizowanych przez LGD itd.

Potencjał społeczności lokalnej jest jednym z aspektów wartości dodanej. Systematyczne rozwijanie oraz tworzenie aktywnego uczestnictwa społeczności lokalnych w bieżącym wdrażaniu oraz kreowaniu LSR, może przyczynić się w znacznym stopniu do osiągnięcia założonych celów, a przez to do rozwoju całego obszaru. Głównym czynnikiem warunkującym skuteczne zaangażowanie społeczności lokalnej w realizację LSR jest obustronna komunikacja. Strategia ma charakter partycypacyjny, dlatego szeroko rozumiany udział mieszkańców z obszarów działań objętych LGD jest bardzo ważny zarówno podczas sporządzania dokumentu, ale również w trakcie jego wdrażania. Narzędzia służące do komunikacji między LGD a społecznością lokalną powinny w sposób łatwy i konkretny informować mieszkańców o działalności LGD, a także umożliwiać pozyskiwanie informacji zwrotnych od lokalnych społeczności.

Opis zakładanych **wskaźników realizacji działań komunikacyjnych** oraz **efektów działań komunikacyjnych**.

Wskaźniki realizacji działań komunikacyjnych zostały dostosowane do wybranych metod komunikacji w taki sposób aby móc monitorować ich skuteczność. Wśród wskaźników znalazły się artykuły na stronach oraz liczba informacji, które pozwolą na monitorowanie skuteczności działań informacyjnych o realizacji LSR. Wskaźnik liczba uczestników pozwoli monitorować zainteresowanie mieszkańców spotkaniami informacyjnymi. Liczba beneficjentów pozwoli monitorować skuteczność doradztwa prowadzonego przez LGD. Liczba ankiet pozwoli ocenić jakość prowadzonego doradztwa w oczach beneficjentów. Liczba konsultacji pozwoli na monitorowanie otwartości Zarządu LGD na inicjatywy członków LGD. Liczba spotkań pozwoli ocenić efektywność animacji do innowacji i partnerstwa. Liczba szkoleń pozwoli ocenić efektywność działań LGD skierowaną na zwiększenie zaangażowania członków i beneficjentów w funkcjonowanie LGD.

Efektom działań komunikacyjnych będzie zwiększenie zaangażowania członków LGD oraz mieszkańców w życie obszaru. Ponadto działania komunikacyjne przyczynią się do zwiększenia zainteresowania realizacją projektów w partnerstwie oraz innowacyjnych, a tym samym na skuteczniejszą realizację przedsięwzięć oraz podniesienie

## Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

innowacyjności obszaru. Działania komunikacyjne wpłyną również na jakość składanych wniosków przez Beneficjentów, co przełoży się na efektywniejsze wykorzystanie środków na wdrażanie LSR.

Opis sposobu, w jaki będzie analizowana **efektywność działań komunikacyjnych i zastosowanych środków przekazu** (w tym tryb korygowania planu komunikacji).

Wskaźniki realizacji planu komunikacji będą poddawane monitoringowi zgodnie z zapisami rozdziału X Monitoring i ewaluacja opisanego w LSR. Dane podczas monitoringu będą zbierane na bieżąco w toku normalnej działalności biura. Osiągnięcie zakładanych wskaźników będzie świadczyło o prawidłowej realizacji działań, brak osiągania wskaźników będzie świadczyć, że metody nie są wystarczające i należy je skorygować. W chwili gdy wskaźniki nie będą realizowane będzie prowadzona analiza zakładanych działań, która pokaże czy wskaźniki i metody komunikacji zostały dobrze dobrane oraz czy LGD skutecznie je realizuje.

Indykatorywny **budżet** przewidziany na działania komunikacyjne, ze wskazaniem **głównych kategorii wydatków - przy założeniu minimalizacji wydatków na gadżety reklamowe oraz publikacji wymagających druku.**

Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD – 4000,00

Spotkanie dedykowane grupie w niekorzystnej sytuacji – 500,00

Spotkanie otwarte stacjonarne lub online – 2000,00

Szkolenie – 25000,00

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

Termin rok	Cel komunikacji	Nazwa działania komunikacyjnego	Adresaci działania komunikacyjnego – grupa docelowa	Środki przekazu	Planowane do osiągnięcia wskaźniki realizacji działania komunikacyjnego		Planowane efekty działania komunikacyjnego	Planowany budżet działania komunikacyjnego ze wskazaniem głównych kategorii wydatków oraz źródła finansowania (fundusz: EFRROW, EFRR, EFS+).
	Poinformowanie o realizacji i zakresie LSR	Otwarcie realizacja LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Artykuł na stronach gmin członkowskich	Liczba artykułów	1	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu.	500,00
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1		
				Artykuł na stronie www. LGD	Liczba artykułów	1		
	Informowanie o realizacji i zakresie LSR	Kampania informacyjna o LSR , zasadach oceny i wyboru operacji	Mieszkańcy obszaru LGD	Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1	Zainteresowanie mieszkańców możliwościami jakie stwarza LSR i zachęcenie do udziału w jej wdrażaniu. Wykreowanie ciekawych projektów / pomysłów możliwych do wdrożenia	1000,00
				Spotkanie dedykowane grupie w niekorzystnej sytuacji	Liczba uczestników	20		
				Regularny, powtarzalny dyżur doradcy w biurze 1 dzień w tygodniu przez 2h	Liczba uczestników	30		
				Artykuł na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich	Liczba artykułów	1		
				Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów	1		

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

<b>2024</b>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich	Liczba artykułów	1	Spełnienie wymagań przez beneficjentów i budowanie wizerunku LGD	0,00
				Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów	1		
	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z beneficjentami (doradztwo)	Konsultacje podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD mailowo i telefonicznie	Liczba beneficjentów	30	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	0,00
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Liczba ankiet	30	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	0,00
Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Konsultacje bezpośrednio lub mailowe i telefoniczne w biurze LGD	Liczba konsultacji	30	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	0,00	

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	Zachęcenie potencjalnych beneficjentów do składania operacji innowacyjnych oraz do realizacji operacji w partnerstwach	Animowanie do innowacji i partnerstwa	Mieszkańcy obszaru LGD	Spotkanie otwarte stacjonarne lub online	Liczba spotkań	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów. Zbudowanie bazy potencjalnych projektów innowacyjnych i do realizacji w partnerstwie	1000,00
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD	Kampania informacyjna przy naborze wniosków	Potencjalni beneficjenci	Informacja na stronach internetowych LGD i gmin członkowskich	Liczba informacji	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	500,00
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1		
	Zwiększenie zaangażowania w funkcjonowanie LGD, rozwój obszaru i podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji	Rozwój członków LGD i beneficjentów	Członkowie LGD, potencjalni beneficjenci	szkolenie	Liczba szkoleń	1	Wzrost efektów wdrażania LSR	5000,00
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów	Kampania informacyjna przy naborze wniosków	Potencjalni beneficjenci	Informacja na stronach internetowych LGD i gmin członkowskich	Liczba informacji	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	500,00

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD			Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1		
	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z beneficjentami (doradztwo)	Konsultacje podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD mailowo i telefonicznie	Liczba beneficjentów w	30	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	0,00
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Liczba ankiet	30	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	0,00
	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Konsultacje bezpośrednio lub mailowe i telefoniczne w biurze LGD	Liczba konsultacji	30	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	0,00
<b>2025</b>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich	Liczba artykułów	1	Spełnienie wymagań przez beneficjentów i budowanie wizerunku LGD	0,00

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR			Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów	1		
	Zwiększenie zaangażowania w funkcjonowanie LGD, rozwój obszaru i podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji	Rozwój członków LGD i beneficjentów	Członkowie LGD, potencjalni beneficjenci	szkolenie	Liczba szkoleń	1	Wzrost efektów wdrażania LSR	5000,00
<b>2026</b>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD	Kampania informacyjna przy naborze wniosków	Potencjalni beneficjenci	Informacja na stronach internetowych LGD i gmin członkowskich	Liczba informacji	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	500,00
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1		
	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z beneficjentami (doradztwo)	Konsultacje podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD mailowo i telefonicznie	Liczba beneficjentów w	30	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	0,00
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Liczba ankiet	30	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa,	0,00

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	wniosków, realizacji i rozliczenia	stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych					doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	
	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Konsultacje bezpośrednio lub mailowe i telefoniczne w biurze LGD	Liczba konsultacji	30	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	0,00
	Zachęcenie potencjalnych beneficjentów do składania operacji innowacyjnych oraz do realizacji operacji w partnerstwach	Animowanie do innowacji i partnerstwa	Mieszkańcy obszaru LGD	Spotkanie otwarte stacjonarne lub online	Liczba spotkań	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów. Zbudowanie bazy potencjalnych projektów innowacyjnych i do realizacji w partnerstwie	1000,00
	Zweryfikowanie i skorygowanie LSR, w tym Planu komunikacji, w związku z problemami z jej realizacją i / lub niskim poparciem społecznym dla realizowanych działań, w przypadku stwierdzenia zaistniałej sytuacji przez Zarząd	Działanie naprawcze LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Badanie ankietowe min. 0,2% mieszkańców, minimum 100 osób	Liczba działań	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów dla rozwoju obszaru. Poprawa efektywności komunikowania się z mieszkańcami w zakresie realizacji LSR – ewentualna korekta Planu komunikacji	0,00
	Zwiększenie zaangażowania w funkcjonowanie LGD, rozwój obszaru i podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji	Rozwój członków LGD i beneficjentów	Członkowie LGD, potencjalni beneficjenci	szkolenie	Liczba szkoleń		Wzrost efektów wdrażania LSR	5000,00



Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich	Liczba artykułów	1	Spełnienie wymagań przez beneficjentów i budowanie wizerunku LGD	0,00
				Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów	1		
<b>2027</b>	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD	Kampania informacyjna przy naborze wniosków	Potencjalni beneficjenci	Informacja na stronach internetowych LGD i gmin członkowskich	Liczba informacji	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	500,00
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1		
	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z beneficjentami (doradztwo)	Konsultacje podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD mailowo i telefonicznie	Liczba beneficjentów w	30	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	0,00
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Liczba ankiet	30	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa,	0,00

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	wniosków, realizacji i rozliczenia	stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych					doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	
	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Konsultacje bezpośrednio lub mailowe i telefoniczne w biurze LGD	Liczba konsultacji	30	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	0,00
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich	Liczba artykułów	1	Spełnienie wymagań przez beneficjentów i budowanie wizerunku LGD	0,00
Artykuł na profilu społecznościowym LGD				Liczba artykułów	1			
	Zwiększenie zaangażowania w funkcjonowanie LGD, rozwój obszaru i podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji	Rozwój członków LGD i beneficjentów	Członkowie LGD, potencjalni beneficjenci	szkolenie	Liczba szkoleń	1	Wzrost efektów wdrażania LSR	5000,00
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów	Kampania informacyjna przy naborze wniosków	Potencjalni beneficjenci	Informacja na stronach internetowych LGD i gmin członkowskich	Liczba informacji	1		500,00

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

	oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD			Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	
	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z beneficjentami (doradztwo)	Konsultacje podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD mailowo i telefonicznie	Liczba beneficjentów w	30	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	0,00
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod komunikacyjnych i animacyjnych	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Liczba ankiet	30	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia umiejętności i metod komunikacji	0,00
	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Konsultacje bezpośrednio lub mailowe i telefoniczne w biurze LGD	Liczba konsultacji	30	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	0,00
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich	Liczba artykułów	1	Spełnienie wymagań przez beneficjentów i budowanie wizerunku LGD	0,00
Artykuł na profilu społecznościowym LGD				Liczba artykułów	1			

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

<b>2028</b>	przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR							
	Zwiększenie zaangażowania w funkcjonowanie LGD, rozwój obszaru i podniesienie jakości składanych i realizowanych operacji	Rozwój członków LGD i beneficjentów	Członkowie LGD, potencjalni beneficjenci	szkolenie	Liczba szkoleń	1	Wzrost efektów wdrażania LSR	5000,00
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o zasadach konkursu, interpretacji poszczególnych kryteriów oceny używanych przez organ decyzyjny LGD (zwłaszcza kryteriów jakościowych) oraz zasad korzystania z doradztwa świadczonego przez pracowników biura LGD	Kampania informacyjna przy naborze wniosków	Potencjalni beneficjenci	Informacja na stronach internetowych LGD i gmin członkowskich	Liczba informacji	1	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	500,00
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1		
	Przeprowadzenie konsultacji indywidualnych z beneficjentami (doradztwo)	Konsultacje podczas przygotowywania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowania	Wszyscy beneficjenci	Doradztwo bezpośrednio w siedzibie / punkcie konsultacyjnym LGD mailowo i telefonicznie	Liczba beneficjentów	30	Uzyskanie lepszej jakości wniosków i ich efektów	0,00
	Badanie satysfakcji wnioskodawców i beneficjentów dot. Jakości i sposobów doradztwa świadczonego przez LGD na etapie przygotowania wniosków, realizacji i rozliczenia	Pozyskanie informacji zwrotnej dotyczącej oceny jakości doradztwa świadczonego przez LGD oraz jakości stosowanych metod	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Ankieta po przeprowadzeniu doradztwa	Liczba ankiet	30	Uzyskanie wiedzy na temat jakości usług doradztwa i komunikacji w celu, np. Dodatkowego przeszkolenia osób udzielających doradztwa, doskonalenia	0,00

Załącznik nr 2 Plan komunikacji z lokalną społecznością.

2029		komunikacyjnych i animacyjnych					umiejętności i metod komunikacji	
	Zwiększenie liczby inicjatyw zgłaszanych przez członków dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR.	Zaangażowanie członków	Członkowie LGD	Konsultacje bezpośrednie lub mailowe i telefoniczne w biurze LGD	Liczba konsultacji	30	Wzrost efektów realizacji LSR. Zbudowanie bazy inicjatyw dotyczących poprawy funkcjonowania LGD i wdrażania LSR	0,00
	Poinformowanie potencjalnych wnioskodawców o konieczności przestrzegania obowiązków komunikacyjnych wynikających z art. 50 ust. 1 rozporządzenia UE 2021/1060 oraz zasad komunikacji, zgodnie z informacjami przekazanymi LGD przez IZ oraz księgą wizualizacji w zakresie PS WPR	Kampania informacyjna dotycząca obowiązków komunikacyjnych beneficjentów EFSI	Potencjalni beneficjenci	Artykuł na stronie internetowej LGD i gmin członkowskich	Liczba artykułów	1	Spełnienie wymagań przez beneficjentów i budowanie wizerunku LGD	0,00
				Artykuł na profilu społecznościowym LGD	Liczba artykułów	1		
	Poinformowanie o efektach realizacji LSR	Zakończenie realizacji LSR	Mieszkańcy obszaru LGD	Prezentacja multimedialna na stronie www	Liczba prezentacji	1	Utrwalenie wiedzy w zakresie efektów wdrożenia LSR	500,00
				Artykuł w mediach obejmujących zasięgiem obszar LGD	Liczba artykułów	1		